

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Bagian ini mengkaji teori-teori yang relevan untuk menjawab permasalahan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Landasan teori dapat bersumber dari *text-books*, jurnal penelitian, maupun media elektronik. Berikut ini adalah pembahasan lebih lanjut:

1. Pengelolaan Kualitas

Banyak definisi yang dapat menggambarkan pengertian dari kualitas. Kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Dikatakan pula sebagai totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras dengan segenap kemampuannya memuaskan kebutuhan tertentu (Russell dan Taylor dalam Wibowo, 2014).

Arnold Palmer Hospital menemukan bahwa kualitas merupakan obat kuat untuk memperbaiki operasi. Mengelola kualitas membantu membangun strategi diferensiasi, biaya rendah, dan respon cepat sukses. Kualitas adalah faktor penentu keberhasilan bagi perusahaan-perusahaan. Peningkatan kualitas membantu perusahaan meningkatkan penjualan dan mengurangi biaya yang kemudian akan meningkatkan keuntungan. Suatu

strategi kualitas yang berhasil dimulai dengan lingkungan organisasi yang membantu perkembangan kualitas yang berhasil dan diikuti oleh pemahaman prinsip kualitas; upaya untuk melibatkan para pekerja dalam aktivitas yang dibutuhkan untuk mengimplementasikan kualitas.

Kualitas merupakan kemampuan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya (Heizer dan Render, 2015). Terdapat tiga pendekatan dalam hal ini, yang pertama kualitas berbasis pengguna dimana kualitas tergantung kepada audiensnya. Pendekatan ini biasanya digunakan oleh orang pemasaran dan pelanggan. Yang kedua, kualitas berbasis manufaktur yang biasanya diterapkan oleh manajer produksi. Dalam pendekatan ini kualitas suatu barang berarti pemenuhan standar dan membuat produk dengan benar sejak awal. Yang ketiga adalah kualitas itu berbasis produk yang memandang bahwa kualitas sebagai variabel yang pesisi dan dapat dihitung.

2. Pengelolaan Kualitas Dan Etika

Bagi seorang manajer operasi, memberikan produk dan jasa yang sehat, aman, dan berkualitas kepada pelanggan adalah salah satu pekerjaan yang terpenting. Kurangnya proses desain dan produksi, pengembangan produk-produk berkualitas rendah tidak hanya mengakibatkan biaya produksi yang lebih tinggi tetapi juga dapat menimbulkan kecelakaan, tuntutan hukum, dan bertambahnya peraturan pemerintah.

Jika sebuah perusahaan yakin telah memperkenalkan sebuah produk yang layak dipertanyakan, maka tindakan tanggung jawab harus didasari oleh perbuatan etis. Sebuah perusahaan manufaktur harus menerima tanggung jawab untuk setiap produk berkualitas rendah atau produk-produk yang terkontaminasi yang mereka pasarkan kepada masyarakat.

Ada banyak pihak berkepentingan yang terlibat dalam produksi dan pemasaran produk-produk berkualitas rendah, termasuk pemegang saham, para pekerja, pelanggan, pemasok, distributor dan kreditor. Dalam hal etika, setiap perusahaan harus mengembangkan nilai inti yang menjadi panduan sehari-hari untuk semua orang.

3. Etika Bisnis

Etika (Yunani Kuno: "ethikos", berarti "timbul dari kebiasaan") menurut Wahyu dan Ostaria (2006) adalah cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep seperti benar, salah, baik, buruk, dan tanggung jawab. Etika adalah ilmu yang berkenaan tentang yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral.

Menurut Bekum (2004) etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan kita setiap hari.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2009), bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan, dan bidang usaha. Skinner (1992) mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Menurut Anoraga dan Soegiastuti (1996), bisnis memiliki makna dasar sebagai “the buying and selling of goods and services”. Adapun dalam pandangan Atrub dan Attner (1994), bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat dilihat dengan indra), sedangkan jasa adalah aktivitas-aktivitas yang memberi manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis. (Widjayakusuma dan Yusanto, 2002) Bisnis adalah suatu aktivitas yang mengarahkan pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi).

Dalam terminologi bahasan ini, pembiayaan merupakan pendanaan, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah. Sedangkan bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan. Skinner mengatakan (1992) bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.

Sementara Anoraga dan Soegiastuti (1996) mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa. Straub dan Attner (1994) mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. (Muhammad, 2005)

Dari semua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk: (1) memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan/atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan konsumen. Memproduksi barang dan jasa yang tidak merusak bagi diri sendiri dan orang banyak, mencari profit dengan cara yang benar dan tidak menyalahi aturan yang telah ditentukan (halal dan haram), memuaskan konsumen dengan pelayanan yang sebaik-baiknya.

4. Prinsip – prinsip Etika Bisnis

a. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan mencakup pada keseimbangan dan tanggung jawab. Keseimbangan di dunia dan diakhirat. Dengan berlaku adil seorang pebisnis akan menjauhkan diri dari hal-hal yang haram, menjauhi perkara-perkara dan barang-barang yang subhat. Prinsip keadilan yang melahirkan keseimbangan, keseimbangan dalam kehidupan, tidak menimbun barang sehingga tidak akan mengakibatkan kelangkaan barang dan akhirnya menyebabkan harga naik. Hal ini

hanya mementingkan pihak-pihak tertentu dan untuk memperoleh keuntungan yang banyak.

Orang yang mendatangkan barang dagangan untuk dijual selalu akan memperoleh rezki, dan orang yang menimbun barangnya akan dilaknat oleh Allah. Prinsip keadilan yang melakukan tanggung jawab. Prinsip ini adalah, bahwa dengan keadilan seseorang akan memiliki empati kepada orang lain sehingga ia akan mempertanggungjawabkan segala perbuatannya, dan dihadapan Allah SWT setiap amal manusia akan dimintai pertanggungjawaban.

b. Prinsip Kejujuran

Kejujuran dalam segala hal akan membawa kebahagiaan di dunia dan diakhirat. Seorang yang jujur akan mempunyai banyak saudara dan di percaya orang lain. Kejujuran itu membawa ketenangan dan ketidak jujur akan menimbulkan keraguan. Prinsip kejujuran akan melahirkan berbagai sikap yang terpuji, yaitu: tidak menutupi cacat barang yang di jual, tidak melakukan penipuan dalam jual beli, tidak melakukan gharar (transaksi fiktif) dalam jual beli, tidak mengambil riba dan tidak melakukan perbuatan sumpah agar barang yang dijual laku.

c. Prinsip Kepercayaan (Amanah)

Menepati amanah merupakan moral yang mulia. Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak

mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga atau upah. Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier

Amanah bertambah penting pada saat seseorang membentuk serikat dagang, melakukan bagi hasil (mudharabah), atau wakalah (menitipkan barang untuk menjalankan proyek yang telah disepakati bersama). Dalam hal ini, pihak yang lain percaya dan memegang janji demi kemaslahatan bersama. Jika salah satu pihak menjalankannya hanya demi kemaslahatan pihaknya, maka ia telah berkhianat.

5. Etika Bisnis Islam

Etika Bisnis Islam adalah norma-norma etika yang berbasis alquran dan hadis yang harus dijadikan pedoman bagi siapapun dalam kegiatan bisnis islam. Sama seperti pengertian etika bisnis pada umumnya yang membedakan hanya pedoman yang digunakan, etika bisnis yang secara islam pedoman yang digunakan adalah alquran dan hadist.

6. Prinsip – Prinsip Etika Bisnis Islam

Rasulullah SAW sangat banyak memberikan petunjuk mengenai etika bisnis yang dijadikan sebagai prinsip, menurut muhammad djakfar (2007) ada 7 prinsip etika bisnis yang harus diterapkan para pelaku bisnis untuk meraih keberkahan dan kesuksesan prinsip tersebut adalah sebagai berikut :

a. Jujur dalam takaran

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena tuhan secara gambalng mengatakan: *“Celakalah bagi orang yang curang. Apabila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatannya). Tetapi apabila mereka menyukat (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain), dikurangnya. (qs.,al-mutaffifin,83.*

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C. Byham menyatakan: Etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar daripada bisnis modern. Jika kita menerima pandangan tersebut bahwa tidak ada dua moralitas yaitu untuk individu dan untuk bisnis, melainkan suatu kerangka moral umum yang berlaku baik bagi aktivitas individual maupun kelompok. Sehingga kita bisa memperoleh petunjuk untuk perilaku bisnis dengan melihat sesuatu yang oleh para filosof dipandang sebagai kehidupan yang bahagia secara moral.

Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan antara lain dalam hal praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan untuk kepentingan pribadi atau untuk orang lain. Dengan sikap jujur itu

kepercayaan pembeli akan tercipta dengan sendirinya. Hal ini telah di jelaskan dalam alquran sebagai berikut:

“Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat” (Al-an’am 6)

Memenuhi janji Allah yang di maksud adalah agar seluruh manusia mentaati segala ajaran-ajarannya. Contohnya dalam berbisnis pelaku bisnis dilarang mengurangi timbangan, dilarang berbuat tidak adil dan dilarang berbuat tidak adil kepada orang lain.

b. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Rasulullah saw bersabda :

”Tinggalkan apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Karena sesungguhnya kejujuran itu adalah membawa ketenangan dan kebohongan itu melahirkan kegelisahan.”

c. Larangan menggunakan sumpah

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang apa yang di kenal dengan sumpah obral.

Mereka terlalu menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Rasulullah bersabda : *Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rasulullah saw. Bersabda: “Sumpah itu melariskan dagangan tetapi menghapuskan keberkahan”*

d. Longgar dan bermurah hati

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah service kepada orang lain. Rasulullah bersabda *“Senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu”*

Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga pembeli akan merasa senang. Tidak menutup kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan setia, yang akan menguntungkan bisnis.

e. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu atas pelaku yang lainnya baik dalam bentuk monopoli, oligopoly,

maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan nilai keadilan atau pemerataan pendapatan.

f. Tertib administrasi

Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini al-quran mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahanyang mungkin terjadi, sebagai mana firmanNya: *“Hai orang-orang yang beriman, kalua kalian berhutang piutang dengan janji yang ditetapkan waktunya, hendaklah kalian tuliskan. Dan seorang penulis diantara kalian, hendaklah menuliskannya dengan jujur. Janganlah penulis itu enggan menuliskannya, sebagaimana yang diajarkan oleh allah kepadanya. Hendaklah dituliskannya. Orang yang berhutang itu hendaklah membacakannya, dan takutlah dia kepada tuhanNya dan janganlah mengurangi hutangnya sedikitpun”*.

g. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga secara terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam Riba. Kendati dalam bisnis kita sangat ingin memperoleh keuntungan, tetapi hak-hak pembeli harus tetap dihormati.

Menurut muhammad djakfar (2008) ada 8 prinsip etika bisnis yang harus di terapkan para pelaku bisnis prinsip-pripsip tersebut adalah:

a. Bersandar pada ketentuan tuhan (tauhid)

Tuhan memerintahkan untuk berbuat adil dan jujur dalam bisnis tujuannya agar manusia memperoleh bagian haknya secara adil pula dan merata yang pada akhirnya tidak ada salah satu pihakpun yang merasa dirugikan. Jika iklim bisnis yang telah ditetapkan oleh tuhan seperti ini terlaksana, maka kebahagiaan hidup akan tercipta karena segala kebutuhannya bisa terpenuhi secara layak.

b. Jujur dalam takaran

Jujur dalam takaran ini sangat penting untuk diperhatikan karena tuhan secara gampalng mengatakan: *“Celakalah bagi orang yang curang. Apabila mereka menyukat dari orang lain (untuk dirinya), dipenuhkannya (sukatannya). Tetapi apabila mereka menyukat (untuk orang lain) atau menimbang (untuk orang lain), dikurangnya. (qs., al-mutaffifin, 83.*

Masalah kejujuran tidak hanya merupakan kunci sukses seorang pelaku bisnis menurut islam. Tetapi etika bisnis modern juga sangat menekankan pada prinsip kejujuran. William C. Byham menyatakan: Etika bisnis membangun kepercayaan dan kepercayaan adalah dasar daripada bisnis modern. Jika kita menerima pandangan tersebut bahwa tidak ada dua moralitas yaitu untuk individu dan untuk bisnis, melainkan suatu kerangka moral umum yang berlaku baik bagi aktivitas individual maupun kelompok. Sehingga kita bisa memperoleh petunjuk

untuk perilaku bisnis dengan melihat sesuatu yang oleh para filosof dipandang sebagai kehidupan yang bahagia secara moral.

Dalam bisnis untuk membangun kerangka kepercayaan seorang pedagang harus mampu berbuat jujur atau adil, baik terhadap dirinya maupun terhadap orang lain. Kejujuran ini harus direalisasikan antara lain dalam hal praktik penggunaan timbangan yang tidak membedakan untuk kepentingan pribadi atau untuk orang lain. Dengan sikap jujur itu kepercayaan pembeli akan tercipta dengan sendirinya. Hal ini telah dijelaskan dalam alquran sebagai berikut:

“Dan apabila kamu berkata, maka hendaklah kamu berlaku adil kendatipun dia adalah kerabat (mu), dan penuhilah janji Allah. Yang demikian itu diperintahkan Allah kepadamu agar kamu ingat” (Al-an’am 6)

Memenuhi janji Allah yang di maksud adalah agar seluruh manusia mentaati segala ajaran-ajarannya. Contohnya dalam berbisnis pelaku bisnis dilarang mengurangi timbangan, dilarang berbuat tidak adil dan dilarang berbuat tidak adil kepada orang lain.

c. Menjual barang yang baik mutunya

Salah satu cacat etis dalam perdagangan adalah tidak transparan dalam hal mutu, yang berarti mengabaikan tanggung jawab moral dalam dunia bisnis. Menyembunyikan mutu sama halnya dengan berbuat curang dan bohong. Rasulullah saw bersabda :

”Tinggalkan apa yang meragukanmu kepada apa yang tidak meragukanmu. Karena sesungguhnya kejujuran itu adalah membawa ketenangan dan kebohongan itu melahirkan kegelisahan.”

d. Larangan menggunakan sumpah

Seringkali ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan para pedagang apa yang di kenal dengan sumpah obral. Mereka terlalu menggunakan sumpah dengan maksud untuk meyakinkan pembeli bahwa barang dagangannya benar-benar berkualitas, dengan harapan agar orang terdorong untuk membelinya. Rasulullah bersabda : *Dari Abu Hurairah r.a, saya mendengar Rasulullah saw. Bersabda: “Sumpah itu melariskan dagangan tetapi menghapuskan keberkahan”*

e. Longgar dan bermurah hati

Dalam transaksi terjadi kontak antara penjual dan pembeli. Dalam hal ini seorang penjual diharapkan bersikap ramah dan bermurah hati kepada setiap pembeli. Dengan sikap ini seorang penjual akan mendapat berkah dalam penjualan dan akan diminati oleh pembeli. Kunci suksesnya adalah service kepada orang lain. Rasulullah bersabda *“Senyummu kepada saudaramu adalah sedekah bagimu”*

Senyum dari seorang penjual terhadap pembeli merupakan wujud dari sikap ramah yang menyejukkan hati sehingga pembeli akan

merasa senang. Tidak menutup kemungkinan mereka akan menjadi pelanggan setia, yang akan menguntungkan bisnis.

f. Membangun hubungan baik antar kolega

Islam menekankan hubungan konstruktif dengan siapapun antar sesama pelaku bisnis. Islam tidak menghendaki dominasi pelaku yang satu atas pelaku yang lainnya baik dalam bentuk monopoli, oligopoly, maupun bentuk-bentuk lain yang tidak mencerminkan nilai keadilan atau pemerataan pendapatan.

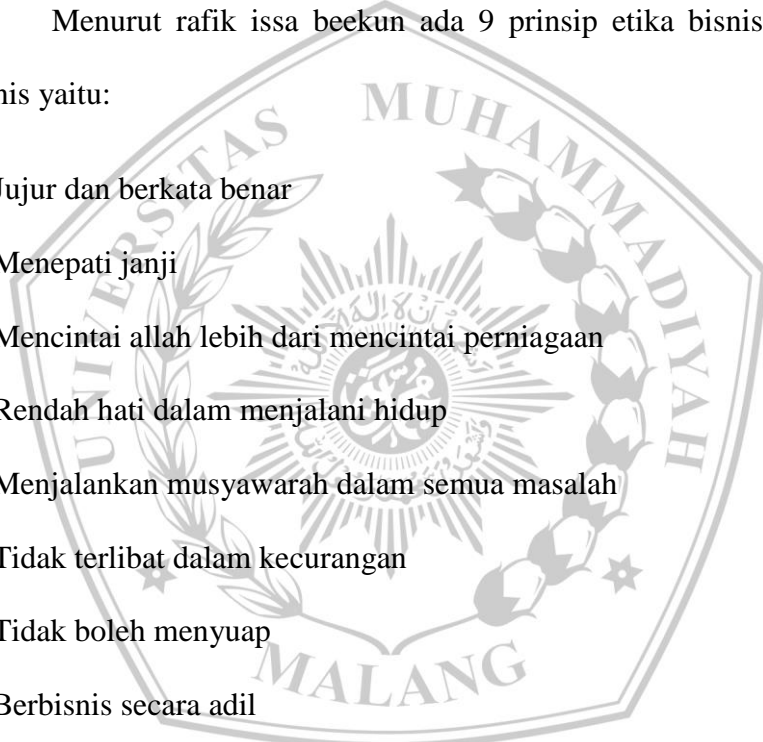
g. Tertib administrasi

Dalam dunia perdagangan wajar terjadi praktik pinjam meminjam. Dalam hubungan ini al-quran mengajarkan perlunya administrasi hutang piutang tersebut agar manusia terhindar dari kesalahanyang mungkin terjadi, sebagai mana firmanNya: *“Hai orang-orang yang beriman, kalua kalian berhutang piutang dengan janji yang ditetapkan waktunya, hendaklah kalian tuliskan. Dan seorang penulis diantara kalian, hendaklah menuliskannya dengan jujur. Janganlah penulis itu enggan menuliskannya, sebagaimana yang diajarkan oleh allah kepadanya. Hendaklah dituliskannya. Orang yang berhutang itu hendaklah membacakannya, dan takutlah dia kepada tuhanNya dan janganlah mengurangkan hutangnya sedikitpun”*.

h. Menetapkan harga dengan transparan

Harga yang tidak transparan bisa mengandung penipuan. Untuk itu menetapkan harga secara terbuka dan wajar sangat dihormati dalam Islam agar tidak terjerumus dalam Riba. Kendati dalam bisnis kita sangat ingin memperoleh keuntungan, tetapi hak-hak pembeli harus tetap dihormati.

Menurut rafik issa beekun ada 9 prinsip etika bisnis bagi kaum bisnis yaitu:

- 
- a. Jujur dan berkata benar
 - b. Menepati janji
 - c. Mencintai allah lebih dari mencintai perniagaan
 - d. Rendah hati dalam menjalani hidup
 - e. Menjalankan musyawarah dalam semua masalah
 - f. Tidak terlibat dalam kecurangan
 - g. Tidak boleh menyuap
 - h. Berbisnis secara adil

Berikut beberapa panduan prinsip etika dalam binsic /usaha yang telah dicontohkan oleh Nabi Muammad Saw (Baidowi, 2011):

a. Kejujuran.

Kejujuran adalah syarat yang paling mendasar dalam kegiatan bisnis. Dalam tataran ini, beliau bersabda "Tidak dibenarkan seorang muslim menjual satu jualan yang mempunyai aib, kecuali ia

menjelaskan aibnya," (H.R. Al-Quzwani). "Siapa yang menipu kami, maka dia bukan kelompok kami" (H.R. Muslim). Rasulullah sendiri adalah contoh perilaku yang selalu bersikap jujur dalam berbisnis. Beliau melarang para pedagang meletakkan barang busuk di sebelah bawah dan barang baru di bagian atas.

Kejujuran yang diterapkan oleh Rasulullah ini adalah sebagai perwujudan dari prinsip customer oriented pada konteks sekarang, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan (Afzalur Rahman, 1996). Dampak dari prinsip yang diterapkan oleh Rasulullah SAW ini, para pelanggan Rasulullah SAW tidak pernah merasa dirugikan serta tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi (Norvadewi, 2015).

Dengan customer oriented memberikan ruang pilihan kepada para konsumen atas hak khiyar (meneruskan atau membatalkan transaksi) jika terjadi indikasi penipuan atau konsumen merasa dirugikan (Muslich, 2010). Konsep Khiyar ini dapat menjadi faktor dalam menguatkan posisi konsumen di mata produsen, sehingga tidak terjadi perbuatan semena-mena oleh produsen terhadap pelanggannya.

- b. Menolong atau memberi manfaat kepada orang lain, kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis.

Dalam Islam pelaku bisnis itu tidak hanya sekedar mengejar keuntungan semata, seperti yang diajarkan dalam Ekonomi Kapitalis, tetapi juga berorientasi kepada sikap ta'awun (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.

- c. Tidak boleh menipu.

Ukuran takaran dan timbangan harus benar. Firman Allah: "Celakalah bagi orang yang curang, yaitu orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi" (QS 83:112). Seorang pengusaha atau produsen dituntut untuk memiliki sifat transparan. Transparansi terhadap konsumen ini adalah ketika seorang produsen mampu berlaku terbuka terhadap mutu, kuantitas, komposisi dan lainnya.

- d. Tidak boleh menjelekkan bisnis orang lain, agar orang membeli kepadanya.

Nabi Muhammad SAW bersabda, "Janganlah seseorang di antara kalian menjual dengan maksud untuk menjelekkan apa yang dijual oleh orang lain," (H.R. Muttafaq 'alaih). Islam menghargai persaingan dalam bisnis, namun haruslah persaingan yang tidak

menghalalkan segala cara, karena hal itu bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

Islam menyerukan pemeluknya agar senantiasa berlomba-lomba dalam kebaikan, bukan saling menjatuhkan. Rasulullah SAW telah memberikan contoh bagaimana bersaing dengan baik dan melarang persaingan yang tidak sehat. Sebagaimana disebutkan dalam QS. Al Baqarah ayat 188: Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.

e. Tidak menimbun barang.

Dalam Islam istilah ini disebut dengan Ihtikar. Ihtikar ialah menimbun barang (menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu, dengan tujuan agar harganya suatu saat menaik dan keuntungan besar pun diperoleh). Perbuatan ini sangat dilarang keras oleh Rasulullah.

f. Tidak melakukan monopoli.

Monopoli sangat dilarang dalam Islam. Islam tidak membenarkan eksploitasi (penguasaan) individu tertentu atas hak milik sosial, seperti air, udara, dan tanah serta kandungan isinya seperti barang tambang dan mineral.

- g. Menjual hanya komoditas bisnis yang halal bukan barang yang haram, seperti babi, anjing, minuman keras, ekstasi, dan sebagainya.

Nabi Muhammad saw bersabda, "Sesungguhnya Allah mengharamkan bisnis miras, bangkai, babi dan patung-patung," (H.R. Jabir). Dalam konteks kekinian, umat Islam juga sering terjebak tidak minuman keras dan babi. Dua jenis produk ini memang tidak secara eksplisit menjadi konsumsi atau dagangan Muslim, namun produk turunan dari dua produk ini banyak beredar dan bahkan diperdagangkan oleh muslim.

- h. Bisnis harus terbebas dari unsur riba.

Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, tinggalkanlah sisa-sisa riba jika kamu beriman," (QS. al- Baqarah: 278). Pelaku dan pemakan riba dinilai Allah sebagai orang yang kesetanan (QS. 2: 275). Oleh karena itu, Allah dan RasulNya mengumumkan perang terhadap riba.

- i. Bisnis dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.

Firman Allah, "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil, kecuali dengan jalan bisnis yang berlaku dengan suka-sama suka di antara kamu," (QS. 4: 29).

- j. Membayar upah sebelum kering keringat karyawan.

Nabi Muhammad saw bersabda, "Berikanlah upah kepada karyawan, sebelum kering keringatnya." Hadist ini mengindikasikan bahwa pembayaran upah harus disegerakan dan tidak boleh ditunda-tunda. Selain itu termasuk salah satu dari kewajiban pengusaha adalah memberikan upah yang adil bagi karyawan, tidak melakukan eksploitasi dan menjaga hak-hak karyawan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berguna untuk mengetahui bagaimana metode penelitian dan hasil-hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu bertujuan untuk memberikan gambaran dan menjadi landasan yang relevan atas diadakannya penelitian ini. Beberapa penelitian yang terkait dengan topik bahasan dapat dilihat sebagai berikut:

Penelitian pertama yang membahas tentang Etika Bisnis dilakukan oleh Hafiz Juliansyah. Tujuan penelitian ini adalah ingin menganalisis pengaruh dari beberapa faktor terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang di pasar Ciputat. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain : (1) Tauhid , (2) Keseimbangan, (3) Kehendak Bebas, (4) Tanggung Jawab, (5) Ihsan. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam pedagang pasar Ciputat dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Faktor 1 dan faktor 2 merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan etika bisnis Islam pedagang pasar Ciputat. Faktor 1

yang terdiri dari Ihsan, Keseimbangan, dan Tanggung Jawab dapat menjelaskan tentang penyebab pedagang pasar Ciputat berperilaku etis dalam menjalankan bisnis secara Islam sebesar 47.140% . Faktor 2 terdiri atas variabel Kehendak Bebas dan Tauhid dapat menjelaskan tentang penyebab penyebab pedagang pasar Ciputat berperilaku etis dalam menjalankan bisnis secara Islam sebesar 20,095%. Faktor 1 merupakan faktor yang dominan berpengaruh terhadap penerapan etika bisnis Islam pedagang pasar Ciputat.

Sementara itu Khusnul Khotimaha dengan judul penelitian Implementasi Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam Di Aflah Bakery Yogyakarta Berdasarkan hasil penelitian dapat menyimpulkan bahwa. Implementasi Aflah Bakery meneladani tujuh prinsip Etika Bisnis yakni jujur dalam takaran (quantity), menjual barang yang baik mutunya (quality), dilarang menggunakan sumpah (al-qasm) longgar dan bermurah hati (tatsamuh dan taraahum) membangun hubungan baik (interrelationship/silat al-rahym) antara kolegan, tertib administrasi dan menetapkan harga dengan transparan.

Dari ketujuh prinsip Etika Bisnis Islam tersebut terdapat prinsip yang sudah berjalan namun belum maksimal karena keterbatasan sumber daya manusianya. Yakni pada bidang Administrasi yang kurang efektif dan efisien waktu dan pencatatannya. Sementara dalam perkembangan persaingan bisnis Aflah Bakery menganalisis tantangann dan akan meningkatkan kualitas baik produk maupun pelayananan kedepannya.

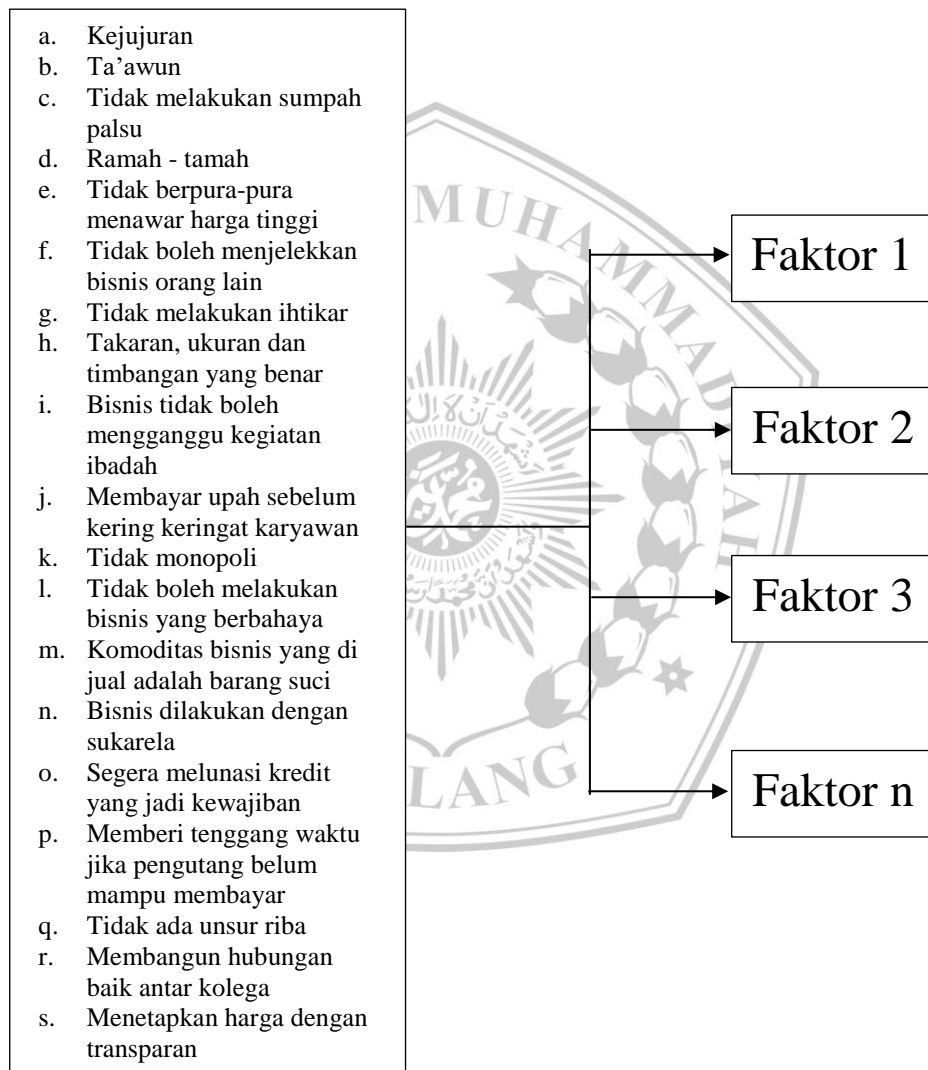
Ada persamaan antara penelitian terdahulu yang dibahas di atas dengan penelitian yang saya lakukan ini. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang dibahas di atas adalah terdapat persamaan terkait topik yang d bahas yaitu Etika Bisnis Islami. Selain persamaan penelitian ini juga memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yang sudah dibahas di atas. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada obyek penelitian, waktu penelitian, tujuan penelitian dan juga metode yang digunakan dalam penelitian.



C. Kerangka Pikir

Berdasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran teoritis yang disajikan dalam penelitian dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber: Faisal Badroen (2006); Muhammad Djakfar (2007); Muhammad Djakfar (2008); Baidowi (2011)

Gambar 2.1. merupakan kerangka pikir pada penelitian ini. Berdasarkan 19 prinsip etika bisnis diatas akan dicari tau faktor etika bisnis apa saja yang dipertimbangkan oleh IPAS PDA kota Malang. Faktor-faktor yang dipertimbangkan selanjutnya disesuaikan dengan perspektif anggota IPAS PDA Kota malang. Prinsip-prinsip etika bisnis islam diatas berdasarkan teori Faisal Badroen (2006); Muhammad Djakfar (2007); Muhammad Djakfar (2008) dan Baidowi (2011).

